Propuestas para una Comunicación Democrática

Documento elaborado por los y las integrantes del Foro El Derecho a la Comunicación

1. LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO HUMANO.

La titularidad del derecho a la comunicación y de la libertad de expresión está en los ciudadanos y ciudadanas. Implica que las personas y los diversos grupos sociales tengan la capacidad y los medios para expresar información, opiniones y visiones de la realidad, y tengan acceso –a su vez- a diversas fuentes de información y opinión. El derecho a la comunicación es un fin u objetivo en sí mismo, pero es también un medio importante para garantizar y ampliar otros derechos y libertades de carácter político, social y económico.

2. PLURALIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Se debe garantizar la pluralidad de medios de comunicación y la convivencia equitativa de al menos tres tipos de medios definidos según sus objetivos o fines, la propiedad y la gestión: Medios comerciales, Medios públicos y Medios comunitarios. Ello supone generar condiciones legales y económicas para la igualdad en el acceso a la propiedad de medios impresos así como de autorizaciones de radio y televisión analógica y digital, abierta y por suscripción -cable y satelital- a nivel local, regional y nacional. Las herramientas de política pública orientadas a promover el pluralismo pueden ser reservas específicas del espectro radio eléctrico, un trato preferencial para estaciones comunitarias y educativas, así como la dotación de fondos públicos para grupos sociales excluidos y marginados: indígenas, trabajadores, mujeres, jóvenes, LGTBI, entre otros, que promueven experiencias de comunicación educativa y comunitaria.

3. LÍMITES A LA PROPIEDAD DE MEDIOS PARA EVITAR LA CONCENTRACIÓN.

Para garantizar la pluralidad de medios, voces y visiones de país, se requiere limitar la concentración horizontal de medios de comunicación y también la propiedad cruzada o concurrente. En la prensa escrita no existen normas que limiten la concentración, en tanto que en la radio y en la televisión los límites existentes han permitido la configuración de oligopolios que limitan la diversidad de voces en el espacio público y político: hasta un 20% de autorizaciones disponibles por localidad y banda en la radio, y hasta un 30% en el caso de la televisión. Así mismo, no existen límites para la propiedad cruzada.

4. SISTEMA DESCENTRALIZADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

El sistema mediático es altamente centralizado, los grupos y conglomerados mediáticos nacionales e internacionales con predominio en el país producen y

distribuyen contenidos desde Lima, tienen además una participación predominante en el mercado publicitario. Se debería diseñar políticas públicas orientadas a fortalecer a los medios regionales y locales mediante incentivos económicos: publicidad estatal, fondos para producción local, y normativos: límites a las licencias otorgadas a un operador y a la cobertura de difusión de programación por el mismo operador, orientados a generar mayor producción local en radio, televisión abierta y televisión por suscripción (por cable y satelital).

5. **MEDIOS PÚBLICOS.**

Implica diseñar marcos institucionales que permitan la conformación de directorios plurales y autónomos de los gobiernos de turno, y dotar de financiamiento público a los medios de propiedad estatal, tanto nacionales, regionales como locales, de manera que cumplan un rol de servicio público y sean expresión de la diversidad política, social y cultural regional y local existente en el Perú. Históricamente los medios estatales han sido instrumentalizados por los gobiernos de turno.

6. **LA PUBLICIDAD ESTATAL COMO MECANISMO PARA PROMOVER EL PLURALISMO Y LA DIVERSIDAD.**

Se debe regular la publicidad estatal a cargo del gobierno central, de gobiernos regionales y locales, de forma que se cumpla con los principios de transparencia, eficiencia, eficacia, equidad y descentralización. Hoy en día se aplican criterios vinculadosa una medición de audiencias técnicamente cuestionable y parcial, y predominan en algunos casos relaciones clientelares que establecen autoridades y agencias públicas con diversos medios y periodistas.

7. **UNA AUTORIDAD AUTÓNOMA DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

Se requiere contar con un órgano regulador autónomo y descentralizado del sector radio y televisión(digital, abierta y pagada o por suscripción), con participación de la sociedad civil organizada. El órgano regulador debe tener como facultades principales: otorgar, renovar y/o revocar licencias; promover la transparencia en el sector; organizar concursos de fondos públicos para investigaciones relacionadas con el sector; promover la producción independiente; realizar una auditoría de los procesos de otorgamiento y renovación de frecuencias para identificar irregularidades cometidas por administraciones anteriores en los últimos diezaños. Actualmente laadministración de las frecuencias de radio y televisión (digital), recae en el MTC, y ha tenido históricamente un manejo discrecional y clientelar.

8. **ACCESO GRATUITO Y EQUITATIVO A PARTIDOS Y MOVIMIENTOS POLÍTICOS A FRANJAS ELECTORALES.**

Se debe garantizar, en períodos de campaña electoral, el acceso de los partidos y movimientos políticos a franjas de publicidad electoral en radio y en televisión financiadas por el Estado, de manera que se garantice el derecho ciudadano a conocer las diferentes propuestas de gobierno -nacional, regional y local- y el derecho de los diferentes grupos políticos a comunicar sus propuestas a los y las electoras. Las franjas electorales deben incorporar espacios para organizaciones civiles orientadas a la observación electoral y educación ciudadana.

9. GARANTÍAS PARA LAS Y LOS PERIODISTAS.

El respeto y la promoción del derecho a la comunicación implican garantizar la libertad de pensamiento y de expresión de los y las periodistas, a través de la figura de la cláusula de conciencia, mecanismo orientado a proteger su trabajo frente a cambios editoriales que violenten unilateralmente los acuerdos contractuales. Supone, además, garantizar los derechos laborales de los periodistas, sus vidas y condiciones de seguridad para el cumplimiento de sus labores en zonas de conflictividad social y violencia. Se debería dotar, así mismo, de fondos públicos a organizaciones de periodistas independientes para promover el trabajo de investigación y fiscalización de la gestión pública.

10. TRANSPARENCIA EN LA INDUSTRIA DE LAS COMUNICACIONES.

Se debe promover la transparencia en cuanto a la propiedad y el control de los medios de comunicación, especialmente para identificar posibles conflictos de interés en el tratamiento de los asuntos públicos, y de los mecanismos de acceso a autorizaciones para operar en medios de comunicación.